

УДК 070:004.738.5+070.41

О. В. Лушинская

Белорусский государственный университет

**ЯВЛЕНИЕ КОНВЕРГЕНЦИИ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ:
МОДИФИКАЦИЯ ФОРМАЛЬНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК
МЕДИАТЕКСТА**

В статье рассматривается явление конвергенции в разных научных сферах – экономической, лингвистической, в коммуникативистике, а также журналистике. Определяются как общие черты данного явления в этих областях, так и его периферийные обозначения. Описывается ряд особенностей конвергенции и ее разновидности, такие, как технологическая, экономическая, социальная, культурная и др. Представлена интерпретация конвергенции разными зарубежными исследователями.

Основное внимание сфокусировано на изучении конвергентных процессов в средствах массовой коммуникации, представленных в сети интернета. Исследуется конвергентная журналистика или интернет-журналистика, повлиявшая на изменения в профессиональной деятельности журналистов на современном этапе. Описываются новые журналистские профессии и новые ролевые функции в рамках интернет-журналистики, внимание обращается на изменения в подходах к работе и организации деятельности журналистов. Определяются свойства конвергентной журналистики, такие, как интерактивность, гипертекстовость, оперативность, мультимедийность и ряд других.

Рассматривается понятие медиатекста как продукта «новых» средств массовой информации. Медиатекст представляет собой мультимедийный жанр, обладающий одновременно признаками и характеристиками разных жанров традиционных СМИ и репрезентирующий эти признаки в каждом отдельном журналистском продукте в электронных средствах массовой коммуникации. Особенности медиатекста являются его нелинейность, мультимедийность, интерактивность, оперативность, гипертекстуальность.

Ключевые слова: конвергенция, средства массовой коммуникации, конвергентная журналистика, интерактивность, медиатекст, гипертекст, мультимедийность, мультимедийный жанр.

O. V. Luschinskaya

Belarusian State University

**THE PHENOMENON OF CONVERGENCE IN MASS MEDIA:
MODIFICATION OF FORMAL AND CONTENT CHARACTERISTICS
IN A MEDIA TEXT**

The article considers the phenomenon of convergence in different scientific spheres – economic and linguistic fields, in communicative studies, as well as in journalism. Both common and peripheral features of this phenomenon in these scientific spheres are defined. The article describes a range of peculiarities of convergence and its varieties such as technological, economic, social, cultural and others. The interpretation of convergence given by different foreign scientists is provided in this work.

Attention is focused on studying convergent processes in mass media represented on the internet. Convergent journalism or internet journalism which influenced the changes in professional activities of journalists on the contemporary stage is investigated. New journalistic professions and new role functions within internet journalism are described. Attention is paid to the changes in approaches to work and organization of journalists' activities. Characteristics of convergent journalism such as interactivity, hypertextuality, efficiency, a multimedia feature and others are defined.

The notion of a media text as a product of “new” media is considered. A media text is a multimedia genre which simultaneously possesses the characteristics and signs of different genres of traditional mass media and represents these signs in each separate journalistic product in electronic mass media. The peculiarities of a media text are its non-linear structure, a multimedia characteristic, interactivity, efficiency and hypertextuality.

Key words: convergence, mass media, convergent journalism, interactivity, a media text, a hypertext, a multimedia characteristic, a multimedia genre.

Введение. С развитием информационных технологий происходят изменения во всех сферах современного общества, в том числе и в

области средств массовой коммуникации (СМК). Так, сегодня мы не просто говорим об онлайн журналистике, но и о разных процессах,

которые осуществляются в пространстве интернет-среды. В обиход вошли такие понятия, как «конвергенция», «конвергентная журналистика», «конвергентные средства массовой коммуникации». У специалистов в области СМИ появляется намного больше возможностей проявлять свой творческий потенциал и решать многие задачи эффективнее и оперативнее, используя пространство интернета и конвергентные СМК.

Интернет, выступая в качестве нового средства массовой коммуникации, обладает интерактивностью, открытостью, отсутствием пространственно-временных ограничений, а также виртуальностью и является коммуникационной средой, открытой для всех. Как замечает А. В. Россошанский, «с технологической точки зрения интерактивность представляет собой двухстороннее, диалоговое взаимодействие в режиме реального времени. С позиций теории коммуникации, интерактивность выделяется как один из трех (коммуникация, интеракция, перцепция) взаимосвязанных аспектов общения» [1, с. 106]. Далее, раскрывая преимущества интернета-СМИ, автор пишет, что у них появились новые возможности в скорости и оперативности обновления информации; в распространении различной информации по новым информационно-коммуникационным каналам. Кроме того, зоны информационного внимания данных СМИ отличаются универсальностью и предельной специализацией, обслуживающей интересы определенных сегментов аудитории; для реализации информационной и развлекательной функций в интернет-среде у средств массовой информации расширяются содержательные возможности [1].

Исходя из вышесказанного, следует отметить, что в настоящее время изменяются и сама журналистская деятельность, и роль журналистов в этой сфере, их подходы к работе и организация своей деятельности, соответственно. Конвергентные средства массовой коммуникации позволяют использовать широкие возможности для представления информации, объединяя в медиатексте разные каналы передачи информации.

Основная часть. Остановимся подробнее на понятии «конвергенция», рассмотрим его значение и применение в отдельных науках и сферах, в том числе и в журналистике, выявим основные характеристики *конвергентной журналистики* и определим изменения в профессиональной деятельности журналиста.

В *экономической науке* конвергенция используется для обозначения сближения различных экономических систем, экономической и социальной политики разных стран. Данный

термин получил признание в связи с широким распространением в 1960–1970 гг. теории конвергенции (Р. Арон, Дж. К. Гэлбрейт, У. Росту, П. Сорокин, Д. Шельский и др.). В ней взаимодействие и взаимовлияние двух экономических систем капитализма и социализма в ходе научно-технической революции рассматривались как главный фактор движения этих систем к некоей «гибридной, смешанной системе» [2].

В *лингвистической науке* конвергенция (от лат. *convergo* – приближаюсь, схожусь) обозначает сближение или совпадение двух и более лингвистических сущностей. Возникновение у нескольких языков (как родственных, так и неродственных) общих структурных свойств вследствие достаточно длительных и интенсивных языковых контактов, а также на базе общего для конвергирующих языков субстрата. Конвергенция охватывает либо отдельные фрагменты языковой системы (например, фонологическую систему или лексику), либо весь язык в целом. Данное понятие применимо и к взаимному сближению диалектов одного языка [3].

Этот термин сущностным наполнением отличается в *коммуникативистике*. Так, Землянова отмечает, что *конвергенция* «используется для обозначения взаимодействия и объединения различных каналов и средств связи в условиях развития мультимедийных процессов информационных супермагистралей, совершающихся благодаря широкому внедрению новых технологий, обеспечивающих применение цифровой трансмиссии информации в коммутирующихся телекоммутерных и телефонно-кабельных линиях» [4, с. 86].

Как видим, семиологическое ядро понятия «конвергентность» имеет как общее в определении его значения в разных науках, так и базируется на периферийных обозначениях, которые характерны для какой-то определенной области и являются специфическими для нее. Общее заключается именно в «слиянии», «объединении», «сближении», «возникновении чего-то общего» и др. Специфические особенности проявляются в каждом конкретном случае, изучаются, выявляются и описываются исследователями.

В отношении *средств массовой коммуникации* конвергенция представляет собой «процесс сближения разнородных электронных технологий в результате их быстрого развития и взаимодействия, создание объединенных каналов передачи информации в рамках общей инфраструктуры», по-другому, «это кросс-медийная технология взаимопроникновения между различными каналами передачи информации» [5, с. 24]. Это сближение, слияние на цифровой

основе различных медийных платформ и типов СМИ в единое целое как с точки зрения организации их структуры, так и с точки зрения технологии передачи взаимосвязанной информации [6, 7]. Конвергенция способствует смене традиционного мономедийного формата на мультимедийный, благодаря чему современные медиа поставляют многоформатное содержание [5, с. 24]. В процессе конвергенции происходит сближение разных электронных технологий, создание объединенных каналов передачи информации в общей инфраструктуре. Необходимо отметить, что с термином «конвергенция» связано и понятие «дигитализация», обозначающее перевод разного рода информации (текстовой, графической, звуковой) в цифровой формат. Как заключает В. И. Ивченков, медиа-конвергенция представляет собой слияние традиционных и новых СМИ на базе интернета, что приводит к появлению мультимедийных продуктов и способствует синхронизации подачи информации по всему миру, удешевив производство и передачу информации [8].

Изучив онтологические характеристики конвергенции в разных областях науки, можно выделить такие ее разновидности, как *технологическая* (перевод информации в цифровую форму); *экономическая* (связана с процессами интеграции); *социальная* (предполагает многофункциональный, многопрофильный режим работы потребителя информации); *культурная* (параллельное развитие схожих двух или более культур), а также *глобальная* конвергенция (доступность информации в любой точке мира) [9].

Интересным, на наш взгляд, является подход Е. В. Олешко, который, ссылаясь на норвежских ученых Андерса Фагерйорда и Танья Сторсула (2007), отмечает, что термин «конвергенция» можно описать с учетом шести интерпретаций данного феномена [10]. Так, ученые определяют *конвергенцию сетей* – превращение аналогового сигнала в цифровой (например, появление современных цифровых кабельных телевизионных сетей); *конвергенцию терминалов* – объединение различных устройств в единое мультифункциональное устройство, которое предназначено для приема и потребления информации (компьютер, планшетные устройства, ноутбуки, телевизионные приставки). Кроме того, выделяется *конвергенция услуг*, предполагающая появление совместных услуг на базе цифровых сетей и терминалов (короткие сообщения в мобильной телефонии, чаты, блоги, услуги доступа к электронной почте через телевизор и др.). Еще один вид – *конвергенция рынков* – вытекает из «конвергенции терминалов, сетей и услуг и приводит к тому, что телекоммуникационные компании

сегодня активно играют на медиарынке (открывая собственные телеканалы, например)» [10, с. 68]. *Конвергенция регулирования* вытекает из конвергенции рынков, поскольку властями вводятся регулирующие процедуры, общие для возникших совместных рынков. Применительно к нашему исследованию выделение учеными *конвергенции жанров и форм*, обозначающей слияние разных медиаплатформ, в результате чего происходит ассимиляция их различных жанров, представляется важной интерпретацией рассматриваемого явления и заслуживает пристального внимания.

Конвергентная журналистика. Термин *конвергентная журналистика* изучается многими учеными. Так, например, М. Н. Ким отмечает, что данный феномен вошел в обиход в связи с развитием интернета и информационных технологий, а это привело к трансформации и модификации традиционных медиа «носителем новых условий существования и принципиально новых способов функционирования» [5, с. 21]. Появление интернета ознаменовало наступление новой коммуникационной эры, которая способствовала возникновению новых коммуникационных технологий, методов и инструментов взаимодействия между людьми [Там же]. В то же время В. С. Хелемендик последовательно рассматривает конвергенцию как взаимопроникновение технологий, в результате которой на базе интернета возникла возможность одновременно использовать текстовую, графическую формы подачи информации, а также аудио- и видеоинформацию [7]. Свою трактовку конвергентной журналистики дает В. И. Ивченков, отмечая, что это «вид общественной и производственной деятельности по сбору, обработке и распространению актуальной социальной информации, созданию публичных произведений, в котором сливаются и интегрируются разные технологии в единый информационный ресурс, а профессиональные задачи журналиста становятся универсальными» [8]. Как видим, ученый делает акцент не просто на слиянии разных технологий в сети интернета, а подчеркивает, что это, в первую очередь, вид деятельности, направленный на создание журналистских произведений, которые аккумулируют в себе разные информационные технологии.

Влияние интернет-технологий особо сказалось на журналистике. Вначале стали появляться электронные копии газетных изданий, которые дублировали текстовую информацию, далее появляются интернет-газеты и интернет-журналы, а позже возникает интернет-радио и интернет-телевидение. Как справедливо замечает В. Т. Абишева, «интенсивное развитие

электронных и аудиовизуальных средств массовой коммуникации, глобализация в области информационного пространства, несомненно, оказывают огромное влияние на формирование новых способов речевого общения, на развитие языка, на условия создания и восприятия вербальных текстов. Инновационные технологии не только позволяют эффективно решать вопросы по преодолению границ распространения сообщений, но и способствуют сохранению времени, необходимого для публикации материала, доставке его адресату, сокращению материальных затрат и т. п.» [9, с. 82].

Интернет-журналистика, обладая такими свойствами, как интерактивность и гипертекстовость, оказывает большее, чем в свое время радиовещание и телевидение, влияние и на систему СМИ в целом, и на каждую ее составную часть в отдельности. Кроме того, возрастает и скорость передачи информации потенциально консолидированной аудитории [7, с. 113]. Как отмечает В. И. Ивченков, в веб-журналистике повышается на порядок роль аудитории, ее влияние на политику издания, а также позицию автора, что находит выражение в таких способах установления контакта, как форум, чат, подписка, тест, вопрос-ответ и др. [11, с. 24].

Созвучными являются и рассуждения зарубежных исследователей, которые утверждают, что конвергентная журналистика (или по-другому мультимедийная) «представляет иную форму подачи информации и иную форму нарративной структуры материала. Данная информация также доступна для прочтения еще раз и распространения, так как сохранена в архиве он-лайн. Поскольку для мультимедийной журналистики характерна нелинейная подача информации, она использует интерактивность и двустороннюю коммуникацию. Аудитории могут «поиграть» с ней (информацией), снова и снова, осуществить обратную связь и добавить свои комментарии. Лучше всего такая журналистика апеллирует к разным чувствам: мы можем слышать, мы можем видеть и, благодаря эмоциональному воздействию хорошего видео, мы также можем чувствовать» (прим. перевод наш) [12, с. 149].

Таким образом, можно заключить, что медиаконвергенция представляет собой интеграцию, слияние различных медиа на платформе интернета в одном коммуникативном продукте, посредством которого можно получить и в дальнейшем хранить разнообразную информацию о каком-то событии, ситуации и другое более полно и всесторонне.

Как отмечает М. В. Симкачева, данный процесс, «ставший определяющим в развитии современной медиасферы последнего десяти-

летия, породил принципиально новый тип СМИ – сетевые электронные издания (интернет-СМИ), которые в полной мере реализуют принципы мультимедийности, интеграции и взаимодействия» [13, с. 119], например интернет-портал, который выполняет функции СМК. Основными характеристиками сетевых или электронных СМИ, по мнению исследователя, являются оперативность и быстрота обновления информации, отсутствие ограничения объема, кроме того, возможность «отложенного восприятия», а также различные варианты распространения информации и установления контакта с аудиторией. В них внимание акцентируется как на контенте сообщений, так и на восприятии информации для пользователя [13].

Конвергентные СМК, наряду с традиционными функциями информирования, воздействия и развлечения, выполняют коммуникативную и ценностно-регулирующую функции, функцию форума, а также социально-организационную и социально-креативную функции [6]. Характеристики мультимедийности, онлайнности и многоканальности, как отмечает В. С. Хелемендик, дают возможность непрерывно обновлять информацию, передавать ее в режиме реального времени. Кроме того, «конвергенция на интернет-платформе предоставляет пользователю максимальную свободу выбора информации, профилирования содержания “под себя”, а также увеличивает возможности для высказывания своего мнения и участия в создании контента СМИ» [7, с. 113]. А. А. Калмыков обращает внимание на ролевое взаимодействие потребителей информации и журналистов и выявляет некоторые специфические черты данной интеракции в средствах массовой коммуникации, отмечая, что «СМК ориентированы на установление субъект-субъектных отношений между участниками коммуникации. <...> Читатель интернет-газеты коммуницирует на самом деле и писателем, и издателем, даже если он только заглянул на титульную страницу» [14, с. 42]. В этой связи выигрывают именно те интернет-издания, которые устанавливают диалоговый стиль общения со своими посетителями, однонаправленная информация не имеет успеха в интернете [Там же].

Деятельность журналистов в конвергентных СМК. Как уже отмечалось ранее, развитие интернет-журналистики сказывается и на изменениях в профессиональной деятельности журналистов. Н. Г. Лосева замечает, что «в конвергентной редакции нового типа появляются и новые профессии с новыми ролевыми функциями» [6, с. 240]. Данные изменения наблюдаются в профессиональной группе, имеющей дело с технологиями и оборудовани-

ем и производящей мультимедийный контент [Там же]. Среди таких профессий можно назвать *фотовидеокорреспондентов*, владеющих не только умениями снимать и монтировать, но и описывать ситуацию, а при необходимости передать и общую линию происходящего, собрать нужные детали для репортажа. *Видеооператоры* работают в сегменте В2В, а также осуществляют работу по съемке видеоклонов или информационных ток-шоу. Появилась новая профессия *онлайн-комментатора* – журналиста, ведущего репортаж в режиме онлайн (например, в спортивной сфере). *Редактор пользовательского контента* находит информацию и информационный повод в блогах, социальных сетях, форумах; владеет оптимальными способами проверки информации, может трансформировать ее в редакционное задание; работает с разными источниками; отслеживает интерес пользователей к тому или иному тренду и др. *Универсальный журналист* владеет целым набором навыков и умений в своей профессиональной области: работает с фото- и видеотехникой, готовит аудиоиллюстрацию, обладает навыками видеомонтажа, обработки фотографии, способен передавать мультимедийные файлы различными способами и многое др. Кроме того, выделяются профессиональная *группа инфографики* (художники-инфографики, 3D-инфографики, аниматоры, редакторы и др.); *группа выпуска в конвергентном СМИ* (планируют и создают историю из мультимедийных фрагментов).

Таким образом, развитие новых информационных технологий и внедрение их в профессиональную сферу журналистики повлияло и на творческую деятельность журналиста: планирование, организацию и оптимизацию журналистской работы; поиск новых способов работы с информацией, ее предоставление и передачу; появление новых профессий; изменений в контенте конвергентных СМК и др.

Медиа́текст. Продуктом «новых» СМИ является *медиа́текст*, который в электронных СМК представляет собой *гипертекст*, объединяющий множество разных текстов, имеющий гиперссылки (внутренние и внешние), выводящие читателя в огромное информационное пространство. А. А. Калмыков под гипертекстом понимает целостный текст, содержащий смыслы, раскрывающиеся при прочтении через произвольную актуализацию связей с другими текстами и с текстом социокультурной реальности [15]. Другой исследователь, Дедова О. В., определяет гипертекст как «нечто превосходящее и по принципам своей организации, и по своей информационной сущности текст, понимаемый как феномен, чья обособленность от

других текстов в той или иной степени интуитивно осознается всеми». В результате гипертекст «обозначает собой некое информационное пространство, позволяющее разрушить формальную обособленность отдельного конкретного текста, в него помещенного, за счет создания связей, служащей объединению этих отдельных текстов в сверхтекстовые единства» [16, с. 47].

Гипертекстуальность в понимании многих авторов (Карпенко О. И., Костенко Е. В., Лободенко Л. К., Лукина М. М., Шестеркина Л. П., Сергиенко П. И. и др.) является основной характеристикой интернет-журналистики, обозначает взаимосвязь новостного сообщения с другими текстами, видео- или фото-материалами и реализуется при помощи гиперссылок. Благодаря гипертекстовому формату адресат сам задает последовательность изложения новости и выстраивает диалог с журналистом, который, предвосхищая вопросы читателя, заранее предлагает ему ссылки в качестве ответов. Именно эта новая возможность позволяет потребителю новостного потока становиться активным участником коммуникационного процесса [17]. Если в традиционных изданиях текст выступал как посредник в коммуникативном акте, то в интернет-изданиях он является равноправным коммуникантом, самостоятельным и автономным. Этот текст можно обсудить с другими пользователями сайта и, таким образом, выйти в дискуссию [11]. М. А. Уланова подчеркивает, что в интернет пространстве медиатекст, с одной стороны, остается обычным текстом, который имеет фиксированные начало и конец, а с другой – расширяется, например, по тематическим линиям [18, с. 129], что способствует разрушению его иерархичности.

Таким образом, можно заключить, что одним из ведущих признаков медиатекста в электронных СМК является его *нелинейность* или, по-другому, наличие разветвленной структуры, отсутствие как стандартной последовательности языковых единиц, так начала и конца [19, с. 409]. Кроме того, медиатекст в конвергентных СМК характеризуется *мультимедийностью*, проявляющейся в поликодовости сообщения, сочетании различных способов представления информации: вербального текста, аудио, видео, графики, анимации. По мнению О. В. Дедовой, мультимедийность представляет собой соединение в одном информационном пространстве письменного текста и так называемого «не-текста»: графических изображений, анимации, аудио- и видеозаписей и др. [16]. В этом отношении Е. А. Лыкина пишет, что «визуальный, вербальный и аудиальный коды складываются в сознании реципиента в коге-

рентное целое, повышая информативность, доступность новости и оказывая манипуляторное воздействие на адресата» [17].

Наряду с вышеназванными характеристиками медиатекст в конвергентных СМК обладает свойством *интерактивности*, которая реализуется через активное читательское воздействие на структуру текста и лежит в основе навигации, а также проявляется в возможности «донесения ответных реакций как до автора, так и до других читателей» [19, с. 409].

По мнению О. В. Дедовой, интерактивность может трактоваться широко, и в этом случае данное свойство предполагает любую возможность читательского воздействия на текст; в узком понимании интерактивность подразумевает возможность сотворчества, другими словами, это порождение собственного текста восприняемому [16].

Репрезентация разных характеристик или свойств медиатекста в онлайн изданиях «ведет к изменению авторской деятельности», поскольку он «утрачивает такие традиционные способы выражения своих интенций, как композиция, начало и конец произведения (в их традиционных формах), более условной становится авторская суверенность» [16, с. 385]. В то же время у автора появляются мгновенные межтекстовые переходы, а также включение в текст высококачественных изображений, видео, звука и др.

Еще одно свойство медиатекста – *оперативность* – «в системе функционирования СМИ имеет многоаспектный и разноэлементный характер, который затрагивает и интралингвистическое построение текста. К экстралингвистическим факторам существования публицистического текста можно отнести: оперативность при создании текста, на написание которого отводится ограниченное количество часов; оперативность распространения; оперативность восприятия» [20, с. 65] (*пер. с белорус. яз. на ил.*). Оперативность определяет специфику медиатекста, отличает его от художественного текста и другими условиями организации и создания [Там же]. Сегодня благодаря интернет-журналистике распространение информации происходит очень быстро и своевременно. Информация может быть доставлена аудитории моментально и в любом виде (вербально и невербально),

а с учетом процессов конвергенции – представлена в виде мультимедийного журналистского продукта. Соответственно, восприятие данной информации аудиторией также осуществляется быстро.

Конвергентные СМК подают информацию разнообразно, «фасуют и переупаковывают ее в соответствии с запросами аудитории, для лучшего восприятия, усвоения и понимания информации. И создают, таким образом, новые жанровые формы» [21, с. 79]. Специфика мультимедиаязыка, как пишет А. А. Грабельников, заключается в сочетании различных форм – визуальных, текстовых, графических, аудиовизуальных, которые дополняют друг друга и делают информацию наиболее эффективной и действенной [21].

Заключение. Таким образом, явление конвергенции в электронных СМК привело к изменению структурно-содержательных характеристик медиатекста. Он представляет собой нелинейный разветвляющийся текст, позволяющий аудитории самостоятельно выбирать путь чтения и таким образом конструировать собственный текст (выбирая соответствующую ссылку). «Это модель организации электронного текста, характеризующаяся специфической структурированностью и разветвленной системой программно поддерживаемых внутритекстовых и межтекстовых переходов, предполагающая возможность читательского интерактивного воздействия на последовательность воспроизведения композиционных единиц» [16, с. 80]. Кроме того, медиатекст в системе конвергентных средств массовой коммуникации представляет собой *мультимедийный жанр*, обладающий одновременно признаками и характеристиками разных жанров традиционных СМИ и репрезентирующий эти признаки в каждом отдельном журналистском продукте.

Современные конвергентные СМК отличаются такими особенностями, как многоканальность, мультимедийность, интерактивность, они отражают событие в режиме реального времени, постоянно обновляют информацию. Наличие двусторонней модели коммуникации в рассмотренных СМК дает возможность осуществлять обратную связь между производителями медийной продукции и различными ее аудиториями.

Литература

1. Россошанский А. В. Современные тенденции развития средств массовой коммуникации // Известия Саратовского университета. Сер. Социология. Политология. 2009. Вып. 1. Т. 9. С. 105–108.
2. Конвергенция [Электронный ресурс] // Экономический словарь. URL: <http://abc.informbureau.com/html/eiiaadaioess.html> (дата обращения: 09.07.2017).
3. Конвергенция [Электронный ресурс] // Лингвистический энциклопедический словарь / В. Н. Ярцева. М.: Советская энциклопедия, 1990. URL: <http://tapemark.narod.ru/les/234a.html> (дата обращения: 09.07.2017).

4. Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации // Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. С. 83.
5. Ким М. Н. Основы теории журналистики: учеб. пособие. СПб.: Питер, 2013. 288 с.
6. Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2010. 348 с.
7. Хелемендик В. С. Конвергенция как современная форма взаимодействия СМИ // Проблемы современного образования. 2013. № 3. С. 106–123.
8. Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой; редколл.: В. В. Васильева, Ю. М. Коняева [и др.]. М.: ФЛИНТА, 2018. 440 с.
9. Абишева В. Т. Язык и дискурс СМИ в условиях конвергенции // The Progressive Researches «Science and Genesis». Прага, 2014. № 1. С. 82–84.
10. Олешко Е. В. Принципы современной конвергентной журналистики // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2012. Т. 107, № 4. С. 65–71.
11. Іўчанкаў В. І. Медыярыторыка: рытарычныя асновы журналістыкі, лінгвістыка публіцыстычнага тэксту, дыскурсны аналіз сродкаў масавай інфармацыі: курс лекцый. Мінск: Адукацыя і выхаванне, 2009. 280 с.
12. Quinn S., Filak V. Convergent journalism: an introduction. Focal Press, 2005. 227 p.
13. Симкачева М. В. Процесс конвергенции СМИ и его влияние на формирование современного медиополя // Ученые записки Казанского университета. 2015. Т. 157. Кн. 4. С. 118–126.
14. Калмыков А. А. Интернет-журналистика: учеб. пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 383 с.
15. Калмыков А. А. Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2009. 362 л.
16. Дедова О. В. Лингвосомиотический анализ электронного гипертекста (на материале русскоязычного Интернета): дис. ... д-ра филол. наук. М., 2006. 253 с.
17. Лыкина Е. А. Сетевой новостной текст как продукт интернет-СМИ [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary21253392_84162881.pdf (дата обращения: 16.07.2017).
18. Уланова М. А. Интернет-журналистика: практическое руководство. М.: Аспект Пресс, 2014. 238 с.
19. Смирнова Н. Стилистические особенности представления события в интернет-СМИ // Стылістыка: мова, маўленне і тэкст: зб. навук. прац; пад агул. рэд. В. І. Іўчанкава. Мінск: Адукацыя і выхаванне, 2017. С. 408–414.
20. Іўчанкаў В. І. Дыскурс беларускіх СМІ: арганізацыя публіцыстычнага тэксту. Мінск: БДУ, 2003. 257 с.
21. Грабельников А. А. Особенности конвергентной журналистики // Вестник университета Российской Академии Образования. 2013. № 3. С. 79–83.

References

1. Rossoshanskiy A. V. Contemporary tendencies of mass media developments. *Izvestiya Saratovskogo universiteta* [News of Saratov University], series Sociology. Political Sciences, 2009, issue 1, vol. 9, pp. 105–108 (In Russian).
2. *Konvergentsiya* [Convergence]. Economic dictionary. Available at: <http://abc.informbureau.com/html/eiaadaaioess.html>. (accessed 09.07.2017).
3. *Konvergentsiya* [Convergence]. Linguistic encyclopedic dictionary. Moscow, Sovetskaya entsyklopediya Publ., 1990. Available at: <http://tapemark.narod.ru/les/234a.html>. (accessed 09.07.2017).
4. Zemlianova L. M. *Kommunikativistika i sredstva informatsii* [Communicative studies and means of information: English-Russian explanatory dictionary of concepts and notions]. Izd-vo Mosk. un-ta Publ., 2004. P. 83.
5. Kim M. N. *Osnovy teorii zhurnalistiki* [Basics of journalism theory]. St. Petersburg, Piter Publ., 2013. 288 p.
6. Lukina M. M. *Internet-SMI: teoriya i praktika* [Internet mass media: theory and practice]. Moscow, Aspect Press Publ., 2010. 348 p.
7. Helemendik V. S. Convergence as a contemporary form of mass media interaction. *Problemy sovremennogo obrazovaniya* [Problems of contemporary education], 2013, no. 3, pp. 106–123 (In Russian).
8. Duskayeva L. R. *Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh* [Medialinguistics in terms and notions]. Moscow, FLINTA Publ., 2018. 440 p.
9. Abisheva V. T. Language and discourse of mass media in the conditions of convergence. *The Progressive Researches "Science and Genesis"*. Prague, 2014, no. 1, pp. 82–84.

10. Oleshko J. V. Principles of contemporary convergent journalism. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta* [News of Ural Federal University], series 1: Problems of education, science and culture, 2012, vol. 107, no. 4, pp. 65–71 (In Russian).

11. Ivchenkov V. I. *Medyarytoryka: rytarychnyya asnovy zhurnalistyki, lingvistyki publitsychnaga tekstu, dyskursny analiz srodkau masavay infarmatsyi* [Mediarhetic: rhetoric basics of journalism, linguistics of a publicistic text, discourse analysis of mass media]. Minsk, Adukatsyya i vykhavanne Publ., 2009. 280 p.

12. Quinn S., Filak V. Convergent journalism: an introduction. Focal Press, 2005. 227 p.

13. Simkachova M. V. Process of convergence of mass media and its influence on the formation of a contemporary media field. *Uchenyye zapiski Kazanskogo universiteta* [Scientific papers of Kazan University], 2015, vol. 157, book 4, pp. 118–126 (In Russian).

14. Kalmykov A. A. *Internet-zhurnalistika* [Internet journalism]. Moscow, UNITY-DANA Publ., 2005. 383 p.

15. Kalmykov A. A. *Internet-zhurnalistika v sisteme SMI: stanovleniye, razvitiye, professionalizatsiya. Dis. dokt. filol. nauk* [Internet journalism in the system of mass media: becoming, development, professionalization. Doct. Diss.]. Moscow, 2009. 362 p.

16. Dedova O. V. *Lingvosemioticheskiy analiz elektronnoy giperteksta (na materiale russkoyazychnogo interneta). Dis. dokt. filol. nauk* [Lingvosemiototic analysis of electronic hypertext (on the basis of the Russian language internet). Doct. Diss.]. Moscow, 2006. 253 p.

17. Lykina J. A. *Setevoy novostnoy tekst kak produkt internet-SMI* [Internet news text as a product of internet mass media]. Available at: https://elibrary.ru/download/elibrary21253392_84162881.pdf (accessed 16.07.2017).

18. Ulanova M. A. *Internet-zhurnalistika* [Internet journalism]. Moscow, Aspect Press Publ., 2014. 238 p.

19. Smirnova N. *Stylistyka: mova, maulenne i tekst* [Stylistic peculiarities of presenting an event in internet mass media. Stylistics: language, speech and text]. Minsk, Adukatsyya i vykladanne Publ., 2017, pp. 408–414.

20. Ivchenkov V. I. *Dyskurs belaruskikh SMI: arganizatsyya publitsychnaga tekstu* [Discourse of the Belarusian mass media: organization of a publicistic text]. Minsk, BDU Publ., 2003. 257 p.

21. Grabelnikov A. A. Peculiarities of convergent journalism. *Vestnik universiteta Rossiyskoy akademii obrazovaniya* [Bulletin of the University of Russian Academy of Education], 2013, no. 3, pp. 79–83 (In Russian).

Информация об авторе

Лушинская Ольга Владимировна – кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой международной журналистики факультета журналистики Белорусского государственного университета (220030 г. Минск, пр-т Независимости, 4, Республика Беларусь). E-mail: olgalu805@gmail.com

Information about the author

Lushinskaya Ol'ga Vladimirovna – PhD (Pedagogics), Associate Professor, Head of the Department of International Journalism, Faculty of Journalism, Belarusian State University (4, Ave. Nezavisimosti, Minsk, 220030, the Republic of Belarus). E-mail: olgalu805@gmail.com

Поступила 05.09.2019